

## MEDIA DAN NASIONALISME JELANG PEMBERLAKUAN KOMUNITAS ASEAN 2015 DI INDONESIA

Yanti Hermawati  
*FISIP-Universitas Terbuka*  
[herma@ut.ac.id](mailto:herma@ut.ac.id)

### Abstrak

Komunitas ASEAN 2015, membuka peluang terjadinya interaksi lintas negara dengan latar belakang budaya dan kepentingan politik yang berbeda tentunya perlu dibentengi dengan rasa nasionalisme yang kuat dari masyarakat Indonesia agar tidak tergerus oleh budaya dan kepentingan asing. Salah satu pihak yang dapat membantu meningkatkan rasa nasionalisme di kalangan masyarakat adalah media. Media, baik itu melalui media mainstream maupun melalui media *online*, dengan segala kelebihanannya, memiliki potensi untuk terus menumbuhkan rasa nasionalisme yang kuat di kalangan masyarakat. Televisi misalnya, salah satu media mainstream ini masih memiliki pengaruh yang cukup besar bagi masyarakat Indonesia. Melalui kekuatan audio visualnya, televisi dapat menyiarkan berbagai tayangan yang dapat menghipnotis pemahaman masyarakat tentang realitas sosial, termasuk tayangan yang dapat meningkatkan rasa nasionalisme segenap bangsa Indonesia. Untuk itu, artikel ini akan menguraikan bagaimana kualitas tayangan televisi di Indonesia terkait upaya meningkatkan rasa nasionalisme bangsa jelang diberlakukannya komunitas ASEAN 2015 di Indonesia.

**Kata Kunci:** Nasionalisme, Media, Televisi, Komunitas ASEAN

### PENDAHULUAN

Sesuai dengan kesepakatan yang ditandatangani di Phnom Penh, Kamboja, pada tahun 2013 oleh *Association of Southeast Asian Nations* (ASEAN), sebuah komunitas ASEAN akan mulai diberlakukan pada tanggal 31 Desember 2015. Tujuannya adalah untuk mempercepat proses perkembangan ekonomi, politik, dan sosial budaya di kawasan Asia Tenggara. Indonesia yang merupakan salah satu anggota ASEAN tentunya akan terlibat dalam komunitas ASEAN ini. Pemberlakuan komunitas ASEAN di Indonesia perlu dibarengi dengan pemahaman dan kesiapan masyarakat Indonesia tentang ASEAN termasuk aktivitasnya dalam komunitas ASEAN.

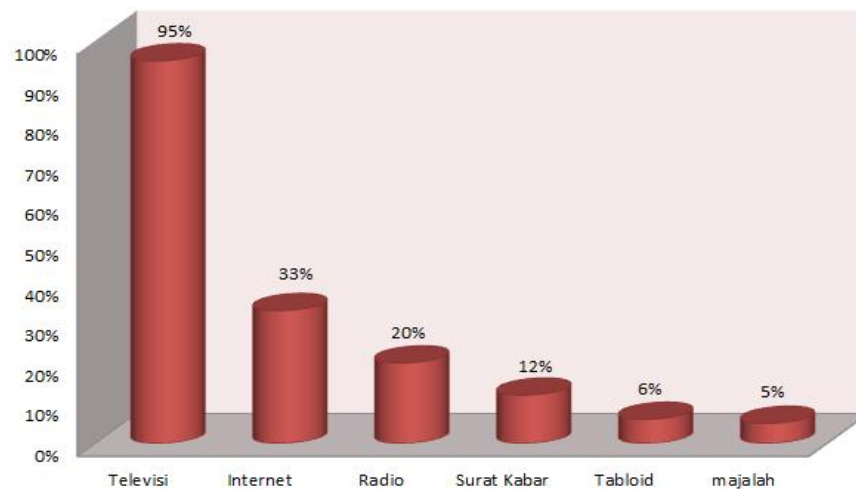
Pemberlakuan komunitas ASEAN di Indonesia pada tanggal 31 Desember 2015 tidak dapat diabaikan. Interaksi lintas negara dengan latar belakang budaya dan kepentingan politik yang berbeda tentunya perlu dibentengi dengan rasa nasionalisme yang kuat dari masyarakat Indonesia. Masyarakat Indonesia perlu menyadari pentingnya bangga atas karya anak bangsa, budaya bangsa, dan segala aset milik bangsa, sehingga dengan adanya keterbukaan akses lintas negara tidak melunturkan rasa nasionalisme bangsa, tidak melupakan produk karya anak

bangsa dan beralih ke produk asing. Justru diharapkan bahwa adanya komunitas ASEAN ini, masyarakat Indonesia dapat dengan percaya diri dan bangga untuk memperkenalkan khasanah budaya bangsa ke dunia Internasional.

Dibalik peluang tersebut, masih banyak masyarakat Indonesia yang belum mengenal dan mengetahui apa itu komunitas ASEAN dan tidak tahu akan diberlakukannya di akhir tahun 2015 ini. Hal ini disebabkan banyak faktor, misalnya pemberitaan di media cetak dan elektronik yang tidak tersentuh oleh sebagian masyarakat, serta minimnya tayangan televisi yang juga menginformasikan mengenai komunitas ASEAN. Padahal televisi digunakan sebagai medium utama oleh masyarakat Indonesia.

Menurut data Nielsen (nielsen.com), di tahun 2014, televisi masih menjadi medium utama yang dikonsumsi masyarakat Indonesia (95%), disusul oleh Internet (33%), Radio (20%), Surat kabar (12%), Tabloid (6%) dan Majalah (5%). Karena itu, meskipun jumlah pengguna internet terus meningkat dari tahun ke tahun yakni berada di angka 71,9 juta pengguna di tahun 2013 dan menjadi 88,1 juta di tahun 2014 (apjii.co.id), tidak berarti peran televisi dapat diabaikan begitu saja.

**Gambar 1.**  
**Penggunaan Media Di Indonesia**  
**(Dari Jumlah Penduduk Sekitar 254 Juta Jiwa/2014)**



Sumber: nielsen.com

Dari data tersebut dapat diketahui bahwa televisi masih memiliki potensi besar untuk digunakan sebagai media untuk mengarahkan perhatian dan persepsi publik, termasuk di antaranya untuk menumbuhkan kecintaan dan kebanggaan akan Indonesia, memupuk jiwa nasionalisme bangsa.

Pemanfaatan televisi sebagai media untuk meningkatkan rasa nasionalisme bangsa sesuai dengan harapan pemimpin bangsa tatkala kelahiran televisi di Indonesia. Hal ini dijelaskan oleh

oleh S. Arifianto dalam artikelnya pada Jurnal Studi Komunikasi dan Media Vol. 17 No. 1 yang berjudul *“Makna “Nasionalisme Negara- Bangsa” melalui Teks Media”*, bahwa kelahiran televisi di Indonesia berkaitan erat dengan pemupukan ideologi nasionalisme kebangsaan. S. Arifianto pun menambahkan bahwa pada tahun 1962, menjelang pelaksanaan ASEAN Games yang keempat, Presiden Soekarno waktu itu sangat yakin bahwa televisi diperlukan untuk membuktikan reputasi negara Indonesia dalam konstelasi politik internasional (portalgaruda.org).

## NASIONALISME MEDIA

Peran televisi menjelang diberlakukannya Komunitas ASEAN di Indonesia sangat penting. Mulai dari bagaimana tayangan televisi mampu memperkenalkan Komunitas ASEAN kepada publik, memberikan pemahaman dan informasi penting terkait manfaat, serta tantangan yang akan dihadapi masyarakat terkait pemberlakuan Komunitas ASEAN di Indonesia. Selain itu, televisi pun memiliki peran penting untuk menamankan nilai-nilai kebangsaan dan rasa nasionalisme masyarakat yang dapat menjadi benteng dalam hubungan bernegara dengan bangsa-bangsa anggota ASEAN sehingga ke-Indonesiaan-nya tetap kokoh meskipun berinteraksi secara bebas dengan negara-negara yang memiliki kebudayaan dan kepentingan politik yang berbeda.

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, nasionalisme diartikan sebagai paham (ajaran) untuk mencintai bangsa dan negara sendiri, sifat kenasionalan, makin menjiwai bangsa Indonesia, semangat kebangsaan, atau kesadaran keanggotaan dalam suatu bangsa yang secara potensial atau aktual bersama-sama mencapai, mempertahankan, dan mengabadikan identitas, integritas, kemakmuran, dan kekuatan bangsa itu (<http://kbbi.web.id>). Didit Widiatmoko dan Angie Khairunnisa ([www.jurnalwimba.org](http://www.jurnalwimba.org)) menguraikan bahwa nasionalisme adalah rasa memiliki, mencintai dan bangga akan bangsa dan negara sendiri, memperjuangkan dan mempertahankan kedaulatan bangsa dan negara sendiri, serta kesetiaan dan pengabdian pada bangsa dan negara sendiri.

Rasa nasionalisme sepatutnya tidak hanya muncul tatkala ada yang mengusik kedaulatan bangsa saja. Rasa nasionalisme selayaknya senantiasa dimiliki oleh segenap bangsa Indonesia dan terimplementasi dalam berbagai aktivitas kesehariannya. Menurut S. Arifianto (portalgaruda.org), nasionalisme adalah produk atau ciptaan dari masyarakat yang anggota-anggotanya secara individual belum tentu pernah bertemu dan membuat kesepakatan, tapi merasakan emosi persaudaraan yang sederajat melalui pembacaannya di media. S. Arifianto menambahkan bahwa nasionalisme media selalu bersifat kontekstual. Menurutnya, nasionalisme diperlihatkan oleh media dengan menyoroti dan membela korban-korban yang berjatuh akibat kebijakan pemerintah yang tidak memihak rakyat.

Guna meningkatkan kualitas tayangan televisi dalam konteks nasionalisme, Presiden Republik Indonesia, Joko Widodo ([kompas.com](http://kompas.com)) meminta media massa, khususnya stasiun televisi untuk turut menjaga moralitas bangsa melalui siaran yang mengedukasi dan

mengedepankan budi pekerti. Secara khusus, Jokowi meminta agar seluruh stasiun televisi tidak terpaku pada pengejaran rating melalui tayangan hiburan tetapi juga seharusnya dapat menyiarkan acara yang memuat wawasan kebangsaan.

Senada dengan Joko Widodo, Menteri Pendidikan dan Kebudayaan, Anies Baswedan (kompas.com) pun menyatakan bahwa “media televisi bisa menjaga moralitas bangsa. Dan tanggung jawab itu tidak hanya ada di pemerintah saja, tapi semua pihak yang mengelola program.” Selain itu, Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) pun telah menghimbau seluruh Lembaga Penyiaran Televisi untuk menayangkan Lagu Kebangsaan Indonesia Raya dan lagu wajib nasional setiap hari pada jam-jam yang telah ditentukan oleh KPI ([www.kpi.go.id](http://www.kpi.go.id)).

## TAYANGAN TELEVISI JELANG KOMUNITAS ASEAN

Meskipun himbuan Presiden RI, Mendikbud, dan KPI telah jelas disampaikan untuk meningkatkan kualitas tayangan televisi di Indonesia, hasil survei terhadap beberapa stasiun televisi, khususnya stasiun televisi swasta menunjukkan bahwa tayangan televisi swasta di Indonesia khususnya pada jam *prime time* belum secara maksimal menyajikan informasi yang dapat menggugah rasa nasionalisme. Dari 13 stasiun televisi swasta (ANTV, Global, Indosiar, MatroTV, MNCTV, RCTI, SCTV, TransTV, Trans7, TVOne, RTV, Kompas TV, dan Net) yang diobservasi selama dua minggu di bulan Agustus 2015, dapat diketahui bahwa tayangan yang disajikan di antaranya adalah secara kuantitas dibagi menjadi dua, yakni;

1. Tayangan televisi berupa sinetron, film televisi, drama komedi dan *variety show*.
2. Tayangan televisi dengan frekuensi berita, talkshow, wisata, dan olah raga.

### a. Tayangan televisi berupa sinetron, film televisi, drama komedi dan *variety show*

Dari 13 stasiun televisi swasta, terdapat sembilan stasiun televisi swasta yang lebih banyak menyajikan tayangan sinetron, film televisi, drama komedi dan *variety show* yang dapat dilihat pada gambar berikut.

**Gambar 2.**  
**Stasiun Televisi Dengan Tayangan Hiburan**

ANTV	RCTI	SCTV
17:30 Baalveer Eps. 52 CUPLIKAN VIDEO NYA >>	17:30 Sinetron: Preman Pensiun 2 (RR) CUPLIKAN VIDEO NYA >>	17:00 Sinetron: 3 Sempul Mengejar Surga CUPLIKAN VIDEO NYA >>
18:30 Krishna Eps. 114 CUPLIKAN VIDEO NYA >>	18:30 Sinetron: Aku Anak Indonesia CUPLIKAN VIDEO NYA >>	18:30 Sinetron: Samson Dan Dahlia CUPLIKAN VIDEO NYA >>
19:00 Mahaputra Eps. 9 CUPLIKAN VIDEO NYA >>	19:30 Sinetron: Tukang Bubur Naik Haji The Series CUPLIKAN VIDEO NYA >>	20:00 Sinetron: Madun (Yusuf Mahardika, Bar CUPLIKAN VIDEO NYA >>
20:00 Ashoka Eps. 114 CUPLIKAN VIDEO NYA >> Sinopsis Ashoka	20:30 Sinetron: 7 Manusia Harimau CUPLIKAN VIDEO NYA >>	21:30 Sinetron: Ganteng-Ganteng Serigala CUPLIKAN VIDEO NYA >>
20:30 Jodha Akbar Eps. 550 CUPLIKAN VIDEO NYA >>	21:30 Sinetron: Sakinah Bersamamu CUPLIKAN VIDEO NYA >>	23:00 SCTV FTV Utama
21:00 Cinta Di Langit Taj Mahal Eps. 58 CUPLIKAN VIDEO NYA >>	22:30 Natasha Awards 2015	
21:30 Shehrazat Eps. 2		
22:30 Abad Kejayaan Eps. 186 CUPLIKAN VIDEO NYA >> Sinopsis Abad Kejayaan		

Trans TV		Global TV		MNCTV	
17:45	Belahan Jiwa	17:00	Naruto Shippuden VII	17:00	Animasi Spesial: Boboiboy
18:15	Berita Islami Masa Kini	19:00	Big Movies Lolipop: Outback (Film Animasi) CUPLUKAN VIDEO NYA >>	18:00	Animasi Spesial: Adit & Sopo Jarwo
19:00	Pinky And Friend	21:00	Big Movies: Die Hard: With A Vengeance (Jackson, Graham Greene) CUPLUKAN VIDEO NYA >>	19:00	Duyung
21:00	Live With Trio Lestari	23:30	Big Movies: The Big Boss (Bruce Lee, Ma) CUPLUKAN VIDEO NYA >>	20:00	Super Dede
22:30	Bioskop Trans TV			21:00	DMD Show
				23:00	Zona Juara Ninja Waor

RTV		Indosiar		NET	
17:00	Zona Ceria: Zerby Derby	17:00	D'T3Rong Show	17:00	Bukan Sekedar Wayang
17:30	Zona Ceria: Chuggington	20:00	Bintang Pantura 2	17:30	Berpacu Dalam Melodi
18:00	Zona Ceria: Monk	24:00	Just For Laughs	18:30	Kelas Internasional
18:30	Juragan Kepo			19:00	Tetangga Masa Gitu?
19:30	Olimpiade Indonesia Cerdas Family			19:30	Ini Talkshow
21:00	Xtra Seleb			21:00	NET 86
22:00	Drama Korea: Personal Taste (Ye-jin) CUPLUKAN VIDEO NYA >>			21:30	Celebrity Lipsync Combat
				22:00	The Comments

Sumber: <http://www.jadwaltelevisi.com>

b. *Tayangan televisi berupa berita, talkshow, wisata, dan olah raga*

Berikut ini adalah stasiun televisi yang lebih banyak menyajikan tayangan berupa berita, talkshow, wisata, dan atau olah raga.

**Gambar 3.**  
**Stasiun Televisi Dengan Tayangan Berita, Talkshow, Wisata, dan atau Olah Raga.**

Metro TV		TV One	
17:00	Metro Hari Ini	15:30	Live News: Kabar Indonesia Sore
18:00	Prime Time News	16:30	Sorotan Kasus
19:30	Trending Topic	17:00	Live News: Kabar Petang
20:05	Economic Challenges	19:30	Live: Indonesia Lawyers Club
21:05	1000 Meter	23:00	Kabar Hari Ini
21:30	Top News		
22:30	Realitas		

Kompas TV	
16:00	Berkas Kompas
18:30	Kompas Sport
19:00	Explore Indonesia
20:00	Kompasiana TV
21:00	Kompas Malam
22:00	Satu Meja

Trans 7	
17:00	Drama Religi
18:00	Hitam Putih
19:15	On The Spot
20:30	Indonesia Lawak Club (ILK)
21:45	Bukan Empat Mata
23:00	IP Man Series

Sumber: <http://www.jadwaltelevisi.com>

Jika ditinjau dari kualitas konten tayangan, beberapa tayangan berita, *talkshow*, tayangan wisata dan olah raga, menunjukkan kualitas yang lebih baik dibandingkan tayangan sinetron, film televisi, drama komedi, *variety show*. Beberapa tayangan berita, *talkshow*, tayangan wisata dan olah raga banyak mengedepankan sisi ke-Indonesiaan, baik itu yang menyajikan informasi tentang kehidupan sosial maupun politik di Indonesia, termasuk tayangan wisata dengan mengenalkan berbagai objek wisata dan kekayaan alam Indonesia.

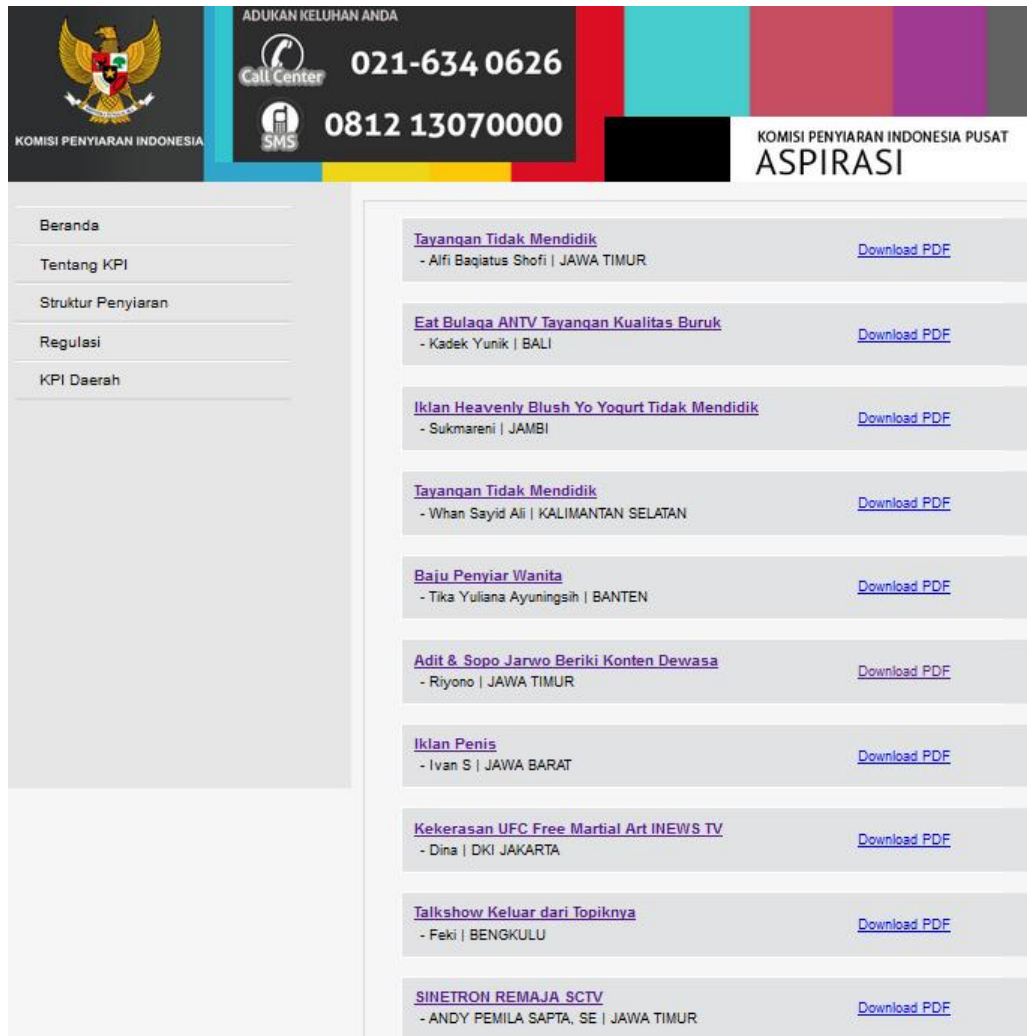
Adapun tayangan televisi berupa sinetron, film televisi, drama komedi dan *variety show* yang disiarkan pada waktu *prime time* masih belum maksimal menyajikan tayangan yang dapat meningkatkan rasa nasionalisme bangsa. Bahkan masih ada stasiun televisi swasta yang tayangannya didominasi oleh tayangan asing. Padahal, stasiun televisi yang menyajikan tayangan sinetron, film televisi, drama komedi, *variety show* lebih banyak dibandingkan stasiun televisi yang menyajikan berita, *talkshow*, tayangan wisata dan olah raga pada waktu *prime time*.

Kondisi seperti ini sangat memprihatinkan, terutama menjelang diberlakukannya komunitas ASEAN di Indonesia, dimana masyarakat Indonesia dituntut untuk mampu bersaing dengan bangsa asing, diiringi dengan rasa nasionalisme yang tinggi. Karena itu diperlukan peran masyarakat, pemerintah, dan pelaku media untuk bersama-sama menyadari pentingnya tayangan televisi yang berkualitas. Masing-masing pihak dapat memerankan diri sesuai dengan kapasitasnya dengan tujuan yang sama, yakni menanamkan nilai-nilai kebangsaan guna mewujudkan rasa nasionalisme yang tinggi di kalangan masyarakat Indonesia.

Salah satu upaya yang dapat dilakukan masyarakat, di antaranya adalah dengan meninggalkan tontonan yang tidak berkualitas dan melaporkan berbagai tayangan yang tidak layak tayang kepada pihak yang terkait, di antaranya kepada Komisi Penyiaran Indonesia (KPI). Di antaranya dengan menyampaikan berbagai kritikan terkait tayangan yang disajikan oleh stasiun televisi melalui kolom "Pojok Aduan" di website resmi milik Komisi Penyiaran Indonesia (<http://www.kpi.go.id/>) seperti berikut ini.



**Gambar 4.**  
**Laman “Pojok Aduan” di Website Komisi Penyiaran Indonesia**



Sumber: <http://www.kpi.go.id/index.php/lihat-aduan>

Pada kondisi seperti ini pemerintah pun perlu lebih meningkatkan perhatiannya pada implementasi berbagai aturan tentang penyiaran televisi di Indonesia oleh para pelaku media, terutama stasiun televisi. Apalagi hasil survei dari Komisi Penyiaran Indonesia pada Maret-April 2015 menunjukkan bahwa secara keseluruhan indeks program acara televisi baru mencapai angka 3.25. Artinya seluruh tayangan televisi di Indonesia belum dapat dinilai berkualitas.

Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) menetapkan standar kualitas adalah 4.00 (berkualitas), dengan skala 1 hingga 5. Program acara disebut berkualitas jika nilai skor indeksinya minimal 4.0. (kpi.go.id).

Berikut ini adalah hasil survei Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) terkait tayangan Sinetron, Infotainment, Talkshow, Religi, Wisata/Budaya, Komedi, dan tayangan Anak-Anak yang disurvei berdasarkan indikator “memperkokoh persatuan dan kesatuan bangsa”, “membentuk

jati diri bangsa Indonesia yang bertakwa dan beriman”, dan “Transfer budaya, nilai-nilai bangsa dan kearifan lokal”

**Tabel 1.**  
**Kualitas Tayangan Televisi**

	Sinetron	Infotainment	Variety Show	Talkshow	Religi	Wisata/Budaya	Komedi	Anak-Anak
memperkokoh persatuan dan kesatuan bangsa	2.12	1.81	2.43	3.73	3.92	4.14	2.60	2.75
membentuk jati diri bangsa Indonesia yang bertakwa dan beriman	2.09	1.77	2.13	3.56	4.33	3.83	2.50	2.51
Transfer budaya, nilai-nilai bangsa dan kearifan lokal	2.46	2.23	2.34	3.59	3.75		2.73	2.82

Sumber: Hasil Survei Indeks Kualitas Program Siaran Televisi Maret-April 2015

Berdasarkan hasil survei KPI tersebut dapat diketahui bahwa kualitas tayangan televisi terkait indikator yang berhubungan dengan rasa nasionalisme, seperti indikator “memperkokoh persatuan dan kesatuan bangsa”, “membentuk jati diri bangsa Indonesia yang bertakwa dan beriman” dan “Transfer budaya, nilai-nilai bangsa dan kearifan lokal” masih di bawah standar kualitas yang ditentukan oleh KPI.

## SIMPULAN

Tayangan televisi yang disajikan pada waktu *prime time* di antaranya adalah tayangan berupa sinetron, film televisi, drama komedi, *variety show*, berita, *talkshow*, tayangan wisata dan olah raga. Dari sisi konten yang mengandung unsur nasionalisme, beberapa tayangan berupa berita, *talkshow*, tayangan wisata dan olah raga menunjukkan kualitas yang lebih baik dibandingkan tayangan sinetron, film televisi, drama komedi, *variety show*. Namun stasiun televisi yang menyajikan tayangan sinetron, film televisi, drama komedi, *variety show* lebih banyak dibandingkan stasiun televisi yang menyajikan berita, *talkshow*, tayangan wisata dan olah raga pada waktu *prime time*. Bahkan masih ditemukan stasiun televisi yang lebih banyak menyajikan tayangan produksi asing sepanjang waktu *prime time*. Hal ini menunjukkan bahwa tayangan yang disajikan pada waktu *prime time* menjelang diberlakukannya komunitas ASEAN di Indonesia belum maksimal menyajikan konten yang dapat meningkatkan rasa nasionalisme.



## DAFTAR PUSTAKA

- APJII dan Pusat Kajian Komunikasi Universitas Indonesia. 2015. Profil Pengguna Internet Indonesia 2014.  
<http://www.apjii.or.id/v2/upload/statistik/Survey%20APJII%202014%20v3.pdf> diakses pada tanggal 22 Agustus 2015
- Didit Widiatmoko dan Anggie Khairunnisa, *Mengukur Nasionalisme Dalam Iklan* [http://www.jurnalwimba.org/index.php/wimba/article/view/40/pdf\\_13](http://www.jurnalwimba.org/index.php/wimba/article/view/40/pdf_13) diakses 04 Agustus 2015
- Komisi Penyiaran Indonesia. *Edaran Bagi Lembaga Penyiaran TV Perihal Lagu Kebangsaan Indonesia Raya*. <http://www.kpi.go.id/index.php/lihat-sanksi/32913-edaran-bagi-lembaga-penyiaran-perihal-lagu-kebangsaan-indonesia-raya> diakses pada tanggal 22 Agustus 2015
- Komisi Penyiaran Indonesia. <http://kpi.go.id/download/Pengumuman/Handout-hasil-survei-indeks-kualitas-program-siaran-televisi-maret-april-2015-KPI.pdf>
- Kompas.com. *Ingin Naikkan Nasionalisme Warga, Pemerintah Siapkan Televisi di Pedesaan* <http://nasional.kompas.com/read/2015/05/11/23351951/Ingin.Naikkan.Nasionalisme.Warga.Pemerintah.Siapkan.Televisi.di.Pedesaan> diakses 04 Agustus 2015
- Kompas.com. *Jokowi Minta Televisi Juga Kejar Tayangan Memuat Nasionalisme* <http://nasional.kompas.com/read/2015/08/21/15573011/Jokowi.Minta.Televisi.Juga.Kejar.Tayangan.Memuat.Nasionalisme> diakses 22 Agustus 2015
- Muhammad Alif Goenawan. Pengguna Internet Indonesia Tembus 88,1 Juta. <http://inet.detik.com/read/2015/03/26/132012/2870293/398/pengguna-internet-indonesia-tembus-881-juta>
- Nielsen: Konsumsi Media Lebih Tinggi Di Luar Jawa. <http://www.nielsen.com/id/en/press-room/2014/nielsen-konsumsi-media-lebih-tinggi-di-luar-jawa.html>
- S. Arifianto. *Makna “Nasionalisme Negara- Bangsa” melalui Teks Media (The Meaning of “Nationalism of Nation-State” in Media Text)* Jurnal Studi Komunikasi dan Media Vol. 17 No. 1 (Januari-Juni 2013)  
<http://download.portalgaruda.org/article.php?article=198567&val=6561&title=MAKNA%20%3%A2%E2%82%AC%C5%93NASIONALISME%20%20NEGARA-%20BANGSA%3%A2%E2%82%AC%20%20MELALUI%20TEKS%20%20MEDIA> diakses 04 Agustus 2015.